

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK MINUMAN  
BERENERGI KRATINGDAENG TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN**

**(Studi Kasus Pada Swalayan “Penanggungan” di Mojokerto)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur**



Oleh:

**BRAM WIRATMA PUTRA**  
NPM. 0842010026

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2012**

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Minuman Berenergi Kratingdaeng  
Terhadap Kepuasan Konsumen  
(Studi Kasus Pada Swalayan “Penanggungan” di Mojokerto).

Disusun Oleh :

Bram Wiratma Putra

NPM . 0842010026

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si

NPT. 37206 95 00461

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati , M.Si

NIP. 195507181983022001

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Minuman Berenergi Kratingdaeng  
Terhadap Kepuasan Konsumen

(Studi Kasus Pada Swalayan “Penanggungan” di Mojokerto)

Oleh :

BRAM WIRATMA PUTRA  
NPM. 0842010026

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal 10 Desember 2012

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si  
NPT. 37206 95 00461

Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

2. Sekretaris

Dra. Siti Ning Farida, M.Si  
NIP. 196407291990032001

3. Anggota

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si  
NPT. 37206 95 00461

Mengetahui,  
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan izin dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Minuman Berenergi Kratingdaeng Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan “Penanggungan” di Mojokerto)“.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing R.Y.Rusdianto,S.Sos,M.Si yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Dalam kesempatan ini disampaikan terima kasih kepada:

1. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra.Lia Nirawati, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra.Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Kepada seluruh Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Kepada orang tua yang banyak membantu secara materiil dan moril.
6. Kepada Pemilik serta pegawai di swalayan “Penanggungan” kota Mojokerto yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi selama penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih kurang dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan di masa datang. Akhir kata teriring do’a dan harapan, semoga ilmu yang didapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Oktober 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran .....	8
2.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	9
2.2.2 Model Perilaku Konsumen.....	11
2.2.3 Kepuasan Konsumen .....	13
2.2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	14
2.2.4 Harga .....	15

2.2.5	Pengaruh Harga & Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen .....	17
2.3	Kerangka Berpikir.....	19
2.4	Hipotesis.....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Data .....	21
3.1.1	Definisi Operasional.....	21
3.1.2	Pengukuran Data .....	22
3.2	Populasi, Sampel & Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.2.1	Populasi .....	23
3.2.2	Sampel .....	23
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel.....	23
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.3.1	Sumber Data .....	25
3.3.2	Jenis Data .....	25
3.3.3	Pengumpulan Data .....	25
3.4	Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis .....	25
3.4.1	Teknik Analisa Data .....	25
3.4.1.1	Analisa Pengujian Asumsi Klasik (BLUE) .....	25
3.4.1.2	Metode Analisis Regresi Linier Berganda .....	29
3.4.2	Uji Hipotesis.....	31
3.4.2.1	Uji F.....	31
3.4.2.2	Uji t.....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	35

4.2	Penyajian Data .....	37
4.2.1	Deskripsi Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	37
4.2.2	Deskripsi Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	38
4.2.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	38
4.3	Hasil dan Pembahasan .....	39
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	41
4.3.3	Analisis Statistik Regresi Linear Berganda .....	44
4.3.4	Pengujian Hipotesis .....	46
4.4	Pembahasan .....	51
4.4.1	Hubungan Antara Variabel Harga dan Kepuasan Konsumen .....	51
4.4.2	Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen .....	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	53
5.1	Kesimpulan .....	53
5.2	Saran .....	53
	DAFTAR PUSTAKA.....	55
	LAMPIRAN .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penjualan Kratingdaeng di “Penanggungan” Swalayan Wates Mojokerto .....	3
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data .....	22
Tabel 3.2 Penentuan Nilai Durbin Watson .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	37
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk ...	38
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	41
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji F .....	46
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji t .....	50
Tabel 4.13 Nilai Koefisien Korelasi Parsial .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir .....	19
Gambar 4.1	Scatter Plot Residual vs Fits .....	42
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji F .....	47
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji t variabel $X_1$ .....	48
Gambar 4.6	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ uji t variabel $X_2$	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rekapitulasi Data .....	56
Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Variabel .....	59
Lampiran 3 Uji Validitas .....	61
Lampiran 4 Uji Reliabilitas .....	63
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas .....	64
Lampiran 6 Uji Heterokedastisitas .....	65
Lampiran 7 Uji Normalitas .....	66
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda .....	67

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK MINUMAN BERENERGI KRATINGDAENG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Swalayan “Penanggungan” di Mojokerto)

**BRAM WIRATMA PUTRA**  
NPM. 0842010026

## ABSTRAKSI

Saat ini konsumen sudah sangat cermat dalam membeli suatu produk. Hal itu dikarenakan karena semakin banyaknya produk makanan dan minuman yang dijual di pasaran. Produsen akan semakin sulit dalam menghadapi persaingan untuk menarik minat serta memuaskan pelanggannya. Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya dapatlah tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai.

Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Keberhasilan ini ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan swalayan Penanggungan. Teknik penarikan sample dengan penggunaan teknik purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama tentang dugaan adanya pengaruh bersama dari variabel-variabel bebas (X) tersebut terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

Secara parsial variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kata Kunci : Pengaruh Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Dan Kepuasan Konsumen (Y)

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini konsumen sudah sangat cermat dalam membeli suatu produk. Hal itu dikarenakan karena semakin banyaknya produk makanan dan minuman yang dijual di pasaran. Produsen akan semakin sulit dalam menghadapi persaingan untuk menarik minat serta memuaskan pelanggannya. Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya dapatlah tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan dan membina langganan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Keberhasilan ini ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Payne dalam Hidayat (2009) memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik yang mampu memuaskan kebutuhan, yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan, kualitas mencakup pula daya tahan produk, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut-atribut nilai lainnya. Beberapa atribut itu dapat diukur secara obyektif. Dari sudut pandangan pemasaran, kualitas

harus diukur sehubungan dengan persepsi kualitas para pembeli (Kotler dan Keller, 2006; Ahyari, 1990; Assauri, 1998).

Untuk sasaran swalayan dan tempat perbelanjaan, harga merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan, karena barang yang dijual sama ukurannya, jenisnya maupun merknya yang ada pada swalayan atau tempat perbelanjaan lainnya. Konsumen akan cenderung melakukan pembelian suatu produk dengan harga yang lebih murah. Sejalan dengan pendapat Stanton (2001) menyatakan harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli. Agar mampu bersaing, perusahaan juga harus mampu menciptakan suatu peluang yang belum dilakukan oleh para pesaingnya. Dalam proses pertumbuhan dan persaingan ketat, perusahaan harus dapat memasang iklan yang menarik serta meyakinkan para konsumen dalam pemasaran produk.

Selain itu, faktor lain yang perlu diperhatikan ialah pelayanan yang maksimal dari perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Disamping harga yang terjangkau bagi konsumen, konsumen juga memperhatikan kualitas dalam memilih suatu produk. Kepuasan pelanggan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan 5 (lima) dimensi spesifik dari layanan. Zeithaml dkk (1996) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan lebih eksklusif yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia. Dengan pelayanan yang baik diharapkan konsumen akan tetap setia menjadi pelanggan. Penjelasan mengenai kualitas layanan emosional biaya tidak termasuk

dalam variabel penelitian karena ketiga variabel tersebut tidak menyinggung pada judul penelitian yang dilakukan, yaitu Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Minuman Berenergi Kratingdaeng Terhadap Kepuasan Konsumen.

Berikut ini disajikan hasil penjualan produk kratingdeng di swalayan “PENANGGUNGAN” Wates Kota Mojokerto dalam 1 tahun terakhir, mulai Mei 2011-April 2012.

Tabel 1.1  
Hasil Penjualan Kratingdaeng pada Swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto  
Periode Mei 2011-April 2012

Tahun	Jumlah (dalam Botol)
Mei 2011	175
Juni 2011	190
Juli 2011	165
Agustus 2011	201
September 2011	145
Oktober 2011	211
November 2011	177
Desember 2011	158
Januari 2012	210
Februari 2012	189
Maret 2012	167
April 2012	208

Sumber: Kratingdaeng di Swalayan “Penanggungan”, Wates Mojokerto, Tahun 2012

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari periode Mei 2011-April 2012 telah terjadi naik turun penjualan produk minuman berenergi Kratingdaeng di Swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi ketidakstabilan pada penjualan produk minuman berenergi Kratingdaeng di swalayan “Penanggungan”.

Berdasarkan uraian tersebut, maka tertarik melakukan penelitian tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Berenergi Kratingdaeng di Swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman berenergi Kratingdaeng di swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto?
2. Apakah harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman berenergi Kratingdaeng di swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk minuman berenergi Kratingdaeng terhadap kepuasan konsumen di swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto secara simultan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk minuman berenergi Kratingdaeng terhadap kepuasan konsumen di swalayan “Penanggungan” Wates Mojokerto secara parsial.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini akan diperoleh manfaat antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen.
2. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang meneneliti topik sejenis.